



Generasi Muda, Agama Islam, dan Media Baru: Perilaku Keagamaan Gerakan Shift Pemuda Hijrah Bandung

Muhammad Sufyan Abdurrahman*¹

¹Program Doktoral Religion Studies Konsentrasi Agama dan Media, Universitas Islam Negeri,
Bandung

*sufyandigitalpr@gmail.com

ABSTRACT

This study analyzes the motives & meanings, and symbolic interactions of the Hijrah Youth Shift movement in Bandung. The study used a study-oriented perspective of proselytizing psychology to explore the trend of hijrah and da'wah movements among urban youth. This study used a qualitative approach to obtain descriptive data about the research context. The results showed that the Hijrah motive occurred because; encouragement from past events; encouragement from friends; Encouragement affects others; and Drive for the future. While the meaning of hijrah for members; trying to improve, making life more careful; and creating new thoughts about religion and making fun of falling in love with Islam. Interaction driven by; First, the presence of the meaning of the language so that words do not go to waste. Second, invite the surrounding community to post complimentary messages on social media; Third, keep looking the same because you emigrate does not have to be seen from your physical appearance.

Keywords: *Hijrah Movement; new media; Shift Pemuda Hijrah.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis motif & makna, dan interaksi simbolik gerakan Shift Pemuda Hijrah di Kota Bandung. Penelitian menggunakan sudut pandang psikologi dakwah yang berorientasi pada kajian untuk menggali trend hijrah dan gerakan dakwah di kalangan anak muda perkotaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan data deskriptif mengenai konteks penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motif hijrah terjadi karena; dorongan dari peristiwa di masa lalu; dorongan dari teman; Dorongan mempengaruhi orang lain; dan Dorongan untuk masa depan. Sedangkan makna hijrah bagi anggota; berusaha memperbaiki diri; berusaha membuat hidup lebih berhati hati; dan berusaha membuat pemikiran baru mengenai agama dan membuat kesenangan karena merasakan jatuh cinta dengan agama Islam. Interaksi didorong oleh; *Pertama*, hadirnya makna bahasa agar tidak banyak perkataan mubazir. *Kedua*, mengajak lingkungan sekitar untuk

mengunggah pesan positif di media sosial; *Ketiga*, tetap berpenampilan sama karena berhijrah tidak harus terlihat dari penampilan fisik.

Kata kunci: Gerakan Hijrah; Media Baru; Shift Pemuda Hijrah

PENDAHULUAN

Salah satu fenomena mutakhir sosiologi keagamaan di Indonesia umumnya dan Kota Bandung khususnya adalah gerakan hijrah (هجرة). Secara etimologis, kata hijrah bersumber dari bahasa Arab yaitu Hajara (الهمجر) yang artinya memutuskan, meninggalkan atau berpisah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata hijrah diartikan sebagai sebuah perpindahan atau berpindah, juga dapat diartikan sebagai perpindahan atau upaya menyingkir sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain yang lebih baik dengan alasan tertentu seperti alasan keselamatan, kebaikan, dan sebagainya (*kbbi.web.id*, diakses pada 10 April 2018, jam 05:39 WIB).

Fenomena ini menjadi catatan tersendiri karena Kota Bandung selama ini identik dengan pergerakan nasionalis dibandingkan pergerakan berbasis Agama Islam. Sebagaimana disampaikan Muhammad Nurul Haq (2011) dalam penelitian “*Koran Matahari di Kota Bandung*”, dengan merujuk sejarah pra kemerdekaan, Kota Bandung lebih dikenal dengan eksistensi PNI (Perserikatan Nasional Indonesia/Partai Nasionalis Indonesia) yang identik dengan Soekarno dan didirikan tahun 1927, serta *Indische Partij* identik dengan Dr. Douwes Dekker tahun 1912.

Padahal, pada periode yang sama, sebenarnya muncul pergerakan berbasis agama Islam di Kota Bandung. Yakni antara lain Sarekat Islam (SI) yang pertama kali didirikan di Jawa Barat (berpusat di Kota Bandung) pada 1913, setelah pimpinan SI kala itu membagi SI di Jawa menjadi tiga departemen: Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. SI Jawa Barat dipimpin dua pimpinan yakni Raden Goenawan dan Abdoel Muis. Mereka berdua kemudian membuka dan mendirikan SI cabang Bandung. Selepas itu, pergerakan mereka terutama melalui literasi untuk melawan kolonialisme tak kalah intensif dengan pergerakan nasionalis seperti dilakukan *Indische Partij* dan PNI. Bahkan, dua koran terafiliasi SI dibuat kala itu yakni koran mingguan *Hindia Serikat* yang dikelola tiga pemuka SI Bandung (Abdoel Moeis, Soewardi Soerjaningrat, dan Wignjadisastra) serta *Koran Kaoem Moeda* yang dikelola Abdoel Moeis. Akan tetapi, Muhammad Nurul Haq (2011) menjelaskan bahwa pamor mereka saat itu kalah dari pergerakan nasionalis, sehingga masyarakat Indonesia lebih mengenal nama PNI dibandingkan SI.

Merujuk pada hal lain, fenomena gerakan keagamaan baru seperti hijrah di Kota Bandung ini juga menarik ditelaah jika mengingat citra imaji kota selama ini lekat dengan sisi duniawi, terutama seperti wisata kuliner dan fesyen. Seperti

dicatat Harian *Kompas*, Agustus 2010 lalu, bahwa citra kota lekat dengan *Factory Outlet* (FO), *Distribution Outlet* (distro), dan rumah makan sebagai daya tarik Kota Bandung dengan perolehan penilaian 6. Sekalipun masih di bawah angka harapan 6,43, indeks penilaian publik terhadap obyek dan jasa usaha wisata di Kota Bandung tergolong tinggi yakni Indeks obyek wisata 5,7-5,8 serta usaha wisata 5,8-6,1. Oleh karenanya, jika kemudian muncul persepsi dan imaji baru dari Kota Bandung yang relatif berbeda dengan sebelumnya, ketika kental unsur *ukbrawinya*, maka penelitian ini memunculkan urgensi dan gap penelitian relatif signifikan.

Ditinjau dari sisi kedekatan jarak dan psikologis, jumlah penduduk beragama Islam di Kota Bandung per tahun 2018 lalu cukup signifikan yakni 91,83% atau 2.241.541 dari 2.440.717 penduduknya beragama Islam. Hal ini menunjukkan kenaikan dibandingkan data serupa tahun 2016 yakni 91,70% atau 2.199.775 dari 2.397.396 penduduk Kota Bandung beragama Islam (BPS Kota Bandung, 2018).

Merujuk pada perspektif keagamaan, gerakan hijrah ini sendiri adalah frase yang kental dalam agama Islam. Hal ini merujuk teladan terbaik dari peristiwa migrasinya Nabi Muhammad SAW dari kota Mekkah menuju kota Madinah pada 1 Rabiul Awal Safar 1 Hijriah/16 September 622 Masehi. Hijrah dengan motif keamanan setelah Nabi Muhammad SAW dilanda tahun kesedihan (*amul hazn*) sekaligus tahun penuh ancaman pembunuhan dari Kaum Quraisy yang terganggu dengan kian meluasnya pengaruh Nabi Muhammad SAW. Dengan penekanan hijrah berpindah dari suatu negeri kafir (non-Islam) dikarenakan umat Islam selalu mendapat tekanan dan ancaman sehingga tidak memiliki kebebasan dalam berdakwah dan beribadah, maka Allah SWT menjanjikan balasannya sebagaimana tertera dalam An-Nahl 41-42:

“Dan orang yang berhijrah karena Allah setelah mereka dizalimi, pasti Kami akan memberikan tempat yang baik kepada mereka didunia. Dan pahala di akhirat pasti lebih besar, sekiranya mereka mengetahui (yaitu) orang yang sabar dan hanya kepada Tuhan mereka bertawakal.” (Quran Surat An-Nahl: 41-42).

Di sisi lain, sebagaimana diterangkan dalam Surat An-Nahl ayat 125, bahwa perintah hijrah ini sejalan perintah mengajak manusia selalu berada di dalam jalan Tuhan serta selalu memastikan diri dalam kebaikan melalui proses komunikasi berisikan konten baik dengan cara baik pula:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. Hikmah ialah perkataan yang tegas dan benar yang dapat

membedakan antara yang hak dengan yang bathil” (Quran Surat An-Nahl: 125).

Pada syariat Islam, selain berarti berpindah tempat untuk menjalankan ibadah dengan lebih aman dan lebih baik, hijrah juga adalah upaya meninggalkan semua perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT. Hijrah juga dapat diartikan sebagai keadaan seseorang untuk pindah dari keadaan sebelumnya menuju keadaan yang lebih baik, meninggalkan kebiasaan yang lalu dan menjalankan perintah Allah SWT serta menjauhi apa yang dilarang oleh Allah SWT dan Rasul-Nya. Hijrah bersifat wajib dilakukan oleh setiap muslim. Pernyataan ini diperkuat Hadits Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan Imam Ahmad dengan dishahihkan oleh Syaikh Al-Albani dalam *Irwa'aul-Ghalil*:

“Dari Mu’awiyah, dia berkata: Saya mendengar Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: "Hijrah tidak terputus sehingga taubat terputus, dan taubat tidak terputus sehingga matahari terbit dari barat”.

Karenanya, proses hijrah tak semata soal motivasi, namun juga selalu mencakup aspek komunikasi kelompok hingga komunikasi massa yang antara lain diwujudkan adanya pengaruh pesan komunikasi sekaligus dukungan dari lingkungannya. Seperti dari majelis ilmu yang dapat membuat ia menjadi yakin akan ketetapan hatinya dalam menjalankan perintah agama Islam dan karena adanya komunikasi antara ia dan lingkungannya mengenai kegiatan hijrah yang ia jalani. Bastaman (1996), seperti dikutip oleh (Sobur, 2013: 225) berpendapat bahwa dalam setiap keadaan yang terjadi dalam hidup ini, baik senang maupun penderitaan sekalipun, kehidupan ini selalu memiliki makna. Setiap individu pasti memiliki tujuan menjadikan hidup bermakna walaupun manusia telah memiliki kebebasan dan tanggung jawab pribadi dalam hidupnya. Terkait hal itu, pada kesempatan penelitian ini, penulis tertarik menjustifikasi bagaimana seseorang dapat melalui aneka fase kehidupannya, seperti yang dikemukakan oleh Kierkegaard bahwa ada tiga bentuk kehidupan.

Kierkegaard menjelaskan bahwa ada tiga tahap dalam hidup seseorang yaitu tahap estetika, tahap etika, dan tahap religius. Ia menggunakan istilah tahap untuk menekankan bahwa orang dapat hidup pada satu atau dua tahap yang lebih rendah kemudian pada waktu tertentu seseorang juga dapat secara tiba – tiba untuk berpindah ke tahap yang lebih tinggi dalam hidupnya. Orang yang hidup pada tahap estetika hidup untuk saat ini dan menangkap setiap kesempatan untuk menikmatinya. Bertens (1987) seperti dikutip oleh (Sobur, 2013: 180-183). menyebut tahap ini sebagai “fase hedonisme.” Pada tahap ini apa yang dianggap baik adalah apapun yang indah, memuaskan, atau menyenangkan dapat diartikan pada tahap ini seseorang hanya memuaskan keinginannya sendiri. Selanjutnya seseorang yang hidup pada tahap etika berarti

mengubah hidupnya dari estetis menjadi etis. Prinsip kesenangan (hedonisme) dibuang jauh – jauh atau tidak menjadi tujuan utama dari hidupnya dan sekarang ia menerima dan menghayati nilai – nilai kemanusiaan yang bersifat universal. Pada tahap selanjutnya, manusia berada di tahap religius. Pada tahap ini, dia akan memilih iman untuk menuju jalan Tuhan untuk mendapat pengampunan daripada memilih kenikmatan estetika

Penelitian mengenai fenomena gerakan hijrah di kalangan pemuda, pernah dilakukan sebelumnya. Misalnya, Fatoni dan Rais (2018) yang menyoroti bagaimana gerakan dakwah Shift Pemuda Hijrah di Kota Bandung dalam memanfaatkan media sosial. Penelitiannya difokuskan untuk menganalisis pengelolaan kesan da'i yang muncul dari gerakan ini. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa representasi komunikasi dakwah dalam gerakan Shift Pemuda Hijrah terbentuk melalui panggung media sosial sebagai ruang komunikasi efektif bagi kalangan muda. Selain itu, citra da'i gaul dan trendi menjadi corak da'i-da'i di Pemuda Hijrah. Penelitian ini dikuatkan oleh Affandi dan Octavianti (2019) yang menganalisis secara spesifik mengenai komunikasi dakwah gerakan Shift Pemuda Hijrah Kota Bandung. Temuan data dianalisis menggunakan perspektif komunikasi baik dari sisi sumber pesan, materi pesan, sampai dengan analisis khalayak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan Shift Pemuda Hijrah melakukan proses komunikasi efektif dengan memanfaatkan media internet sebagai ruang komunikasi dengan khalayak atau jamaah sehingga mampu merubah pola pikir dan tindakan anggotanya.

Berkaitan dengan perubahan pola pikir dan tindakan ini memengaruhi identitas anggota Shift Pemuda Hijrah. Yusria, Komariah dan Kadarisman (2018) menganalisis proses transformasi identitas anggota Pemuda Hijrah. Dengan mengguakan studi fenomenologis, para peneliti mengkaji pola komunikasi dan citra diri anggota Pemuda Hijrah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa pola komunikasi keluarga dan sosial mengalami perubahan pada sebagian besar anggota Pemuda Hijrah. Sementara itu, transformasi identitas terjadi baik dengan adanya motivasi diri, proses pencarian ajaran Islam, konflik kelompok, perbaikan ritual ibadah, mengatasi konflik sampai dengan melekatnya citra diri sebagai pemuda hijrah yang memiliki nilai positif dalam tindakan. Secara sosiologis, fenomena hijrah dipandang sebagai sebuah bentuk mode sosial baru. Hal ini dikuatkan melalui penelitian Addini (2019) yang menyimpulkan bahwa fenome hijrah di kalangan pemuda Muslim dipandang sebagai sebuah mode yang bersifat simbolik. Massifnya gerakan hijrah ini disebabkan karena pemanfaatan teknologi informasi digital yang dekat dengan keseharian anak muda. Secara substansial, hijrah harus berorientasi pada misi reformasi Islam dalam sendi sosial, ekonomi dan politik.

Pemanfaatan internet sebagai ruang dakwah menjadi efektif bagi segmentasi madh'u anak muda. Ruang komunikasi virtual yang populer di kalangan anak muda adalah media sosial. Penelitian Farabuana dan Nurrahmi (2019) memfokuskan pada analisis motivasi dan perilaku hijrah pada *followers* akun Instagram Pemuda Hijrah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai ruang komunikasi dakwah virtual dipandang sangat efektif untuk menyampaikan syiar Islam. Pola komunikasi yang visual dan interaktif memudahkan audiens dalam memahami nilai-nilai ajaran Islam yang disampaikan. Sehingga, berdampak pada motivasi dan perilaku keagamaan *followers* akun pemuda hijrah. Sampai tahun 2020, penelitian mengenai fenomena hijrah di kalangan anak muda masih menarik atensi, karena dipandang memiliki dampak signifikan dalam relasi agama dan media. Penelitian Dilawati, Darmawan, Hernawan, Waluyojati dan Darmalaksana (2020) yang menganalisis keberagaman komunitas Shift Pemuda Hijrah dalam perspektif Emit-Etik. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keberagaman pemuda hijrah komunitas Shift merepresentasikan lima dimensi keberagaman, yaitu pengetahuan, keyakinan, ritual, pengalaman, dan komitmen keagamaan.

Penelitian-penelitian di atas apabila dikategorisasikan, maka terdapat dua kategori utama dengan fokus isu mengenai fenomena hijrah di kalangan anak muda. Pertama, penelitian yang mengambil tema dakwah transformatif dalam kehidupan sosial, yang menitikberatkan pada bagaimana kehadiran komunitas Shift Pemuda Hijrah mampu memberikan pandangan dan gerakan keislaman baru bagi generasi muda. Sehingga berdampak pada adanya transformasi diri dan sosial anggota pemuda hijrah. Kedua, penelitian dengan tema komunikasi dakwah yang menganalisis pemanfaatan media baru seperti internet sebagai ruang dakwah virtual bagi generasi muda dalam menyampaikan, memahamkan dan mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam di kalangan generasi muda.

Penelitian ini berbeda dengan dua kelompok tema sebelumnya yang fokus tema dakwah transformatif dan komunikasi dakwah karena lebih menitikberatkan pada aspek psikologi komunikasi dakwah-nya. Peneliti tertarik mengkaji secara literatur akan sisi motif, makna, dan interaksi simbolik di balik komunitas dakwah tersebut. Penelitian ini berusaha meneliti fenomena sosiologi gerakan keagamaan baru perilaku komunikasi keagamaan berbasis media baru pada kelompok dakwah keagamaan Shift Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung. Penulis tertarik menelitinya karena termasuk kelompok keagamaan yang sangat intensif mengajak masyarakat, terutama remaja dewasa untuk berhijrah dan sekaligus mendalami keyakinannya. Pada akhirnya, riset ini bermaksud menelisik relevansi dan efektivitas agama dan media baru, khususnya pada kalangan generasi muda, sehingga akan diupayakan penemuan pola dan cara efektif dan efisien dalam diseminasi doktrin agama Islam di Indonesia

umumnya dan Kota Bandung khususnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi deskriptif dan analisis pustaka. Pendekatan kualitatif dipilih sebagai kerangka pengamatan untuk menghasilkan data deskriptif mengenai orang dan perilaku yang diamati. Subyek penelitian ini adalah komunitas hijrah dakwah dari Shift: Gerakan Pemuda Hijrah, Kota Bandung. Shift adalah salah satu pelopor gerakan hijrah dakwah berbasis media baru, yang juga menjadi rujukan gerakan sejenisnya baik di Kota Bandung khususnya dan Indonesia umumnya. Sementara itu, yang menjadi objek dari penelitian ini adalah perilaku gerakan keagamaan, terutama terkait interaksi simbolik yang dilakukan.

HASIL & PEMBAHASAN

Motif dan Makna Keagamaan Gerakan Shift Pemuda Hijrah

Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat dengan 91,8% penduduknya beragama Islam, serta berada di Provinsi Jawa Barat dengan 97% penduduknya beragama Islam, menjadi salah satu tempat banyak terjadinya aktivitas kelompok hijrah dan pendalaman agama di kalangan generasi muda, antara lain yang banyak dikenal dengan dengan nama Shift: Gerakan Pemuda Hijrah. Shift yang berasal dari Bandung ini didirikan Ustad Tengku Hanan Attaki, seorang da'i muda lulusan Universitas Al-Azhar jurusan Tafsir Al-Qur'an, yang sebelum terbentuknya Shift sudah terlebih dahulu membuat kajian yang rutin di Masjid Al-Lathiif Bandung sejak tahun 2008.

Menurut Fani Krismandar atau Inong yang merupakan salah satu *founder* dari Shift seperti ditulis Annisa Novia Sari (2018), Shift Gerakan Pemuda Hijrah ini secara formal berdiri sejak tahun 2015. Tujuannya mengedukasi serta mengajak generasi muda berhijrah atau berpindah dari kebiasaan buruknya dan lebih mengenal dengan agama islam melalui dakwah. Shift memiliki arti bergeser atau pindah yang diibaratkan sebagai diri seseorang yang bergeser dari keadaan sebelumnya menuju keadaan yang lebih baik atau dalam kegiatan hijrah bertujuan untuk lebih mengenal dan mengerjakan syariat islam. Shift memfokuskan dakwahnya kepada remaja dewasa dengan rentan usia 15 – 27 tahun dengan alasan karena pemuda memiliki massa yang banyak, mudah menyerap ilmu, dan menjadi agen perubahan di masa mendatang.

Inong menambahkan, Ustad Tengku Hanan Attaki memfokuskan dakwahnya untuk remaja dewasa dengan pendekatan gaya bicara dan gaya bahasa yang biasa digunakan oleh para remaja dewasa yang netral atau kurang tertarik dengan persoalan agama agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Dengan timnya yaitu Shift Gerakan Pemuda Hijrah, yang merupakan para pemuda seperti pelajar dan mahasiswa, maupun pekerja di Bandung, Ustad Tengku Hanan Attaki mengajak generasi muda untuk

mendekatkan diri pada Allah SWT.

Targetnya bukan lagi para pemuda muslim yang telah tertarik dan memahami arti agama, namun targetnya merupakan pemuda yang masih awam dan berfikir bahwa agama tidak dapat sejalan dengan kegiatan duniawinya. Karena target dari gerakan pemuda hijrah ini adalah remaja dewasa yang netral atau awam terhadap agama islam, maka Shift Gerakan Pemuda Hijrah mengemas kelompok keagamaannya sesuai dengan apa yang anak muda minati. Contohnya pada setiap dakwahnya, Ustad Tengku Hanan Attaki menyajikan materi – materi yang dekat dengan remaja dewasa seperti pada kajian pertamanya dengan tim Shift Gerakan Pemuda Hijrah yang membawakan tema mengenai cinta.



Sumber: Instagram Shift Gerakan Pemuda Hijrah (2018)

Gambar 1. Jamaah Remaja Dewasa Mengikuti Kajian yang dilaksanakan oleh Shift.

Hal tersebut membuat Shift sangat aktif berdakwah melalui media sosial seperti instagram dengan mengunggah video visualisasi yang disamakan dengan konten yang berupa potongan ceramah singkat berdurasi 60 detik dari Ustad Hanan Attaki. Bahkan, pendekatan komunikasi digital mutakhir ini memperoleh respon sangat baik, misalnya impresi di media sosial, yang hingga awal Januari 2018, mereka memiliki 600.200 pengikut di Instagram, 42.400 akun berlangganan pada saluran *YouTube*, serta 56.500 Fans pada halaman fans page Facebook-nya.

Shift Gerakan Pemuda Hijrah juga memiliki halaman web yang cukup lengkap, dengan menyajikan artikel kajian dengan berbagai tema, dan *streaming* radio Shift Gerakan Pemuda Hijrah. Tak hanya itu, Shift Gerakan Pemuda Hijrah juga rutin membuat kajian yang dapat diikuti oleh seluruh kalangan yang berlokasi di Masjid Raya Trans Studio Mall (TSM) di Jalan Gatot Subroto, Bandung. Setiap hari Rabu dan Sabtu pukul 18.30 WIB, atau setelah ibadah

shalat Maghrib. Selain kajian di Masjid Raya TSM, Shift Gerakan Pemuda Hijrah juga tetap aktif menggelar kajian di Masjid dan juga sekretariat Shift, yaitu Masjid Al – Lathiif Bandung di kawasan Jl Supratman, ataupun di tempat – tempat lain yang telah dijadwalkan oleh pengurus dari Shift Gerakan Pemuda Hijrah. Pada setiap dakwahnya bersama Shift Gerakan Pemuda Hijrah, Ustad Tengku Hanan Attaki dan penceramah lainnya, dalam pengamatan penulis, terasa berbeda dengan lainnya karena merangkul banyak pemuda dengan kajian terbuka dan membuka kesempatan bagi para pemuda yang ingin menjadi *volunteer* kajian yang akan dilaksanakan pada minggu selanjutnya.

Fenomena hijrah di Indonesia memperlihatkan pula bagaimana generasi muda mencoba mendalami nilai agama dan mengamalkannya dengan teknologi informasi komunikasi (TIK) sebagai perantaranya. Perkembangan TIK di Indonesia memang makin dapat dirasakan sejak hadirnya internet secara komersial sejak tahun 1994. Hal ini terbukti, antara lain, pada jumlah pengguna internet di Indonesia yang sejak tahun tersebut, terus mengalami kenaikan eksponensial. Hingga tahun 2017 lalu, dengan merujuk hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), tercatat 132,7 juta pengguna internet di Indonesia atau sudah lebih dari 50% dari total penduduk Indonesia tahun 2016 sebanyak 256,2 juta jiwa (APJII, 2017).

TIK telah nyata membuat cara berkomunikasi semakin beragam. Selain berkomunikasi menggunakan metode CMC (*Computer Mediated Communication*), juga memungkinkan terjadinya lompatan proses komunikasi dari sebelumnya. CMC secara terminologi dijelaskan Nasrullah (2014:79) sebagai suatu proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu dengan prosesnya tersebut memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. Salah satu implementasi CMC adalah media baru (*new media*) dan atau media daring. Yakni media yang tersaji secara daring di situs web (*website*) internet (Romli, 2014: 30). Termasuk kategori media daring adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter), radio daring, TV daring, dan email. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, *new media* menjadi objek kajian yang mengacu permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunikasi sekitar konten media, juga aspek generasi *realtime* (Romli, 2014: 31).

Fenomena-fenomena yang ada bahwa masyarakat modern sekarang lebih mengagungkan media sebagai rujukan hidupnya karena dengan media masyarakat mudah mendapatkan apa yang mereka perlukan (Wahyuni, 2017: 89-90). Penggunaan media internet sebagai medium baru dalam penyampaian risalah Islam menunjukkan bagaimana dakwah virtual dianggap dapat dilaksanakan secara efektif untuk segmentasi madh'u generasi muda. Apa yang dilakukan

oleh Shift Pemuda Hijrah melalui dakwah virtual menjadi bukti tingginya motivasi keberislaman bagi kalangan muda. Selain itu, pola komunikasi dakwah yang memanfaatkan media internet sebagai ruang komunikasi keagamaan menunjukkan tingkat signifikansi yang cukup tinggi dalam penyebaran dakwah Islam. Dalam hal ini, internet menjadi medium yang mampu mentransformasikan realitas ke dalam ruang-ruang virtual untuk melayani berbagai kebutuhan manusia (Iqbal, 2013).

Perilaku komunikasi hijrah dapat dilihat pula dalam pertukaran makna, motif, dan interaksi simbolik. Makna adalah hasil komunikasi yang penting. Morissan (2013: 145) menjelaskan bahwa makna yang kita miliki merupakan hasil interaksi kita dari orang lain. Kita menggunakan makna untuk menginterpretasikan peristiwa di sekitar kita. Kita harus memilih, memeriksa, menyimpan, mengelompokkan, dan mengirim makna sesuai dengan situasi di mana kita berada dan arah tindakan kita. Dibutuhkan konstruksi interpretif di antara orang – orang untuk menciptakan makna. Bahkan, tujuan dari interaksi menurut SI (*Symbolic Interaction Theory*), adalah untuk menciptakan makna yang sama. Ada tiga asumsi SI yang diambil oleh LaRossa dan Reitzes dari karya Hebert Blumer (1969). Yakni (a) Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka, (b) Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia, dan (c) Makna dimodifikasi melalui proses interpretif (West & Turner, 2008: 98-100).

Pemaknaan anggota Shift Pemuda Hijrah dalam beragama didasari dengan keinginan untuk melakukan tindakan positif. Hal ini dapat dilihat dari berbagai motivasi yang beragam dari para informan mengenai motivasi beragamanya. Dominasi trend dan wacana hijrah dalam proses pembentukan diri menunjukkan betapa massifnya gerakan dakwah virtual yang dilakukan oleh Shift Pemuda Hijrah dalam menyampaikan risalah Islam di kalangan generasi muda. Proses transformasi diri ini berlangsung dalam beberapa tahapan, hal yang mendasarinya adalah keinginan untuk berubah dan pencarian mengenai makna keislaman secara komprehensif. Oleh sebab itu, gerakan Shift Pemuda Hijrah tidak hanya melakukan dakwah dalam konteks tabligh, tetapi juga intensif melaksanakan bimbingan keislaman bagi anak muda yang memiliki komitmen dalam perubahan diri (hijrah).

Trend gerakan hijrah menjadi isu utama yang dilakukan oleh Shift Pemuda Hijrah dalam proses pemaknaan keberagamaan. Secara implementatif, pemaknaan hijrah ini dilakukan melalui berbagai kegiatan keislaman yang mampu menopang orientasi jamaah dalam upaya transformasi diri menjadi pribadi muslim taat. Makna dari kata hijrah dapat dirasakan oleh para jamaah yaitu perpindahan dari sifat yang buruk kepada sifat yang baik. Perubahan para jamaah dari hal-hal buruk kepada hal-hal baik dapat terlihat pula melalui analisis keberagamaan para

jamaah yang ditinjau dari dimensi pengetahuan, keyakinan, ritual, pengalaman dan komitmen keagamaan (Dilawati, Dermawan, Hernawan, Waloyojati & Darmalaksana, 2020: 63). Dalam hal ini, pemaknaan keagamaan jamaah Shift Pemuda Hijrah dimulai dari proses internalisasi pengetahuan agama yang melahirkan keyakinan utuh mengenai *taubidullah*, kemudin termanifestasikan dalam aspek ritual dan pengalaman spiritual, dan pada akhirnya menguatkan komitmen keislaman yang dimiliki oleh anggota Shift Pemuda Hijrah. Pada titik inilah, fenomena hijrah yang dimaknai secara populer dan disebarkan melalui medium virtual menemukan momentumnya sebagai sebuah gerakan keagamaan yang mampu berdampak secara signifikan bagi generasi muda.

Selain makna, hal yang dikaitkan perilaku adalah motif yakni hal abstrak yang dikaitkan dalam perilaku. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakup pergerakan, keinginan, rangsangan, hasrat, pembangkit tenaga, alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Sunaryo, 2004: 135). Menurut Lindsey, Hal dan Thompson (1975) yang dikemukakan oleh Abu Ahmadi (1999), motif adalah sesuatu yang menimbulkan perilaku. Kuswarno (2013: 192) juga menjelaskan bahwa motif merupakan dorongan menetapkan perilaku secara konsisten, yang dapat dilihat melalui sebab (orientasi masa lalu), agar (orientasi masa kini), dan untuk (orientasi masa datang). Manusia memiliki motif alami yang telah terdapat dalam hidupnya sewaktu dilahirkan dan berkaitan keberlangsungan hidupnya.

Pemaknaan keagamaan yang diwujudkan dalam perilaku beragama pada gerakan Shift Pemuda Hijrah menunjukkan upaya komprehensif dalam memahami Islam. hal ini diinternalisasikan ke dalam diri anggota. Sementara itu, dakwah menjadi motivasi bagi Shift Pemuda Hijrah dalam proses transformasi nilai-nilai keislaman dalam lingkup kehidupan keseharian. Motif hijrah menjadi dominasi gerakan Shift Pemuda Hijrah dalam menarasikan *amar ma'ru f nabi munkar*. Motif ini muncul sebagai sebuah pengalaman masa lalu yang berorientasi ke masa depan (Farabuana & Nurrahmi, 2019: 10). Secara aplikatif, Shift Pemuda Hijrah memanfaatkan media internet sebagai *public domain* dalam menyampaikan risalah Islam. Dakwah Virtual dianggap sebagai metode yang memanfaatkan Media Sosial sebagai medium dalam berdakwah menjadi variabel penting dalam mengemas gerakan Hijrah. Sehingga, pada prakteknya, gerakan dakwah virtual ini menjadi memudahkan ajaran Islam untuk diterima dikalangan generasi muda. Aktifitas dakwah yang selalu dilakukan secara masif baik di sosial media maupun forum-forum kajian tatap muka ternyata tak hanya membawa penerimaan yang positif dikalangan generasi muda, tetapi juga menguatkan motivasi keislaman sekaligus sebagai ruang dalam pembentukan kepribadian anggota Shift Pemuda Hijrah (Addini, 2019: 113).

Dakwah sebagai media pembentuk kepribadian (*self-personality*) dan perilaku (*community attitude*) umat harus dihadirkan dengan strategi yang berhaluan kepada

pengembangan keberagamaan (*religiosity*) yang progresif. Progresivitas dakwah mustahil diwujudkan tanpa dukungan media dan strategi dakwah yang kompeten (Mas'udi, 2013: 216). Dalam hal ini, Shift Pemuda Hijrah memanfaatkan media internet sebagai media dakwah. Derivasi gerakan dakwah digital Shift Pemuda Hijrah sebagai sebuah konsekuensi komunikasi virtual yang dilakukan baik melalui web Islami, video dakwah visual, sinematik, maupun memanfaatkan media sosial sebagai ruang virtual yang populer di kalangan anak muda.

Pada praktiknya, *public domain* media internet ini digunakan sebagai ruang dakwah baik dalam proses internalisasi, indoktrinasi, aktualisasi dan transformasi nilai-nilai keislaman secara massif, progresif dan efektif. Ruang dakwah virtual ini dijadikan sebagai medium dalam proses memahami konseptualisasi hijrah, pembentukan diri dan menguatkan motif dan pemaknaan terhadap ajaran Islam.

Interaksi Simbolik Gerakan Shift Pemuda Hijrah

Prinsip lain komunikasi adalah komunikasi merupakan suatu proses simbolik. Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti dikatakan Susanne K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Dalam konteks komunikasi intrapersonal, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain (Kuswarno, 2013: 114).

Blumer menyebutkan terdapat tiga dasar pemikiran mengenai interaksionisme simbolik yaitu (a) Manusia bertindak kepada sesuatu hal berdasarkan dari makna yang ia ciptakan kepada suatu hal tersebut, (b) Pemaknaan yang terbentuk dalam diri manusia, merupakan hasil dari proses interaksi yang terjadi antar manusia, dan (c) Makna yang telah terbentuk dalam diri seseorang kemudian disempurnakan pada saat proses interaksi tersebut berlangsung.

Di sisi lain, dalam perspektif ilmu psikologi komunikasi, penerimaan/pertentangan produksi benda dan atau pemikiran yang sesuai keyakinan keagamaan sekaligus bukti kesamaan tujuan yang ingin dicapai, bisa ditinjau dalam sistem kategori Interaction Process Analysis (IPA) yang dikemukakan Robert E. Bales (Rakhmat, 2002: 170).

Menurutnya, pertukaran pernyataan/pertanyaan/pendapat/isyarat tercakup dalam dua kelas besar tindak komunikasi, yakni hubungan tugas dan hubungan emosional. Berikut penjelasannya dalam bentuk bagan di bawah ini:

Bagan 1

Interaction Process Analysis

Hubungan sosial emosional

Reaksi positif

1. Menampakkan persahabatan

2. Mendramatisasi

3. Menyetujui

Hubungan Tugas

Upaya jawaban

4. Memberikan saran

5. Memberikan pendapat

6. Memberikan informasi

A B C

D

E

F

Pertanyaan

7. Meminta informasi

8. Meminta pendapat

9. Meminta saran

Hubungan sosial emosional

Reaksi negatif

10. Membantah

11. Menunjukkan ketegangan

12. Menampakkan permusuhan

A = Masalah Orientasi

B = Masalah Evaluasi

C = Masalah Kontrol

D = Masalah Keputusan

E = Masalah Manajemen Ketegangan

F = Masalah Integrasi

Sumber: Psikologi Komunikasi, 2002

Ada tiga tahap dalam model analisa proses interaksi menurut Bales yakni sebagai berikut:

Tahap 1 (*Orientation Phase*): Anggota yang baru masuk dalam suatu kelompok atau baru mendirikan suatu kelompok akan bertanya, mencari, dan

saling memberi informasi mengenai tujuan kelompok dan hakekat tugas-tugas dalam kelompok. Pertanyaan diajukan antara lain: “Apa yang akan kita lakukan”, “Mengapa kita melakukannya”, “Bagaimana kita melakukannya”, dan “Bagaimana mencapai hasil yang terbaik”. Pada tahapan ini, anggota kelompok akan mencari konfirmasi dan melakukan orientasi akan keberadaan kelompok tersebut.

Tahap 2 (*Evaluation Phase*): Dalam tahap ini, pertanyaan yang diajukan anggota kelompok berkisar seputar peran anggota kelompok dalam tugas-tugas atau pekerjaan yang dilakukan oleh kelompok. Dalam *evaluation phase*, terjadi semacam pengekspresian opini dan perasaan dari anggota kelompok tentang berbagai isu yang berkembang.

Tahap 3 (*Control Phase*): Pada tahap akhir ini, anggota kelompok akan saling membuat *statement*/pernyataan dan mencari serta memberi petunjuk pada sesama anggota. Disini akan bermunculan pendapat-pendapat yang positif atau negatif dari anggota kelompok secara substansial. Pada tahap ini pula akan mulai tampak solidaritas kelompok dan minat mereka dalam kelompok. Lebih lanjutnya, akan adanya keyakinan berisikan penjelasan dan petunjuk untuk memahami gejala, pengamalan, dan penjelasan yang menghasilkan berbagai bentuk rasional, serta menghasilkan penemuan-penemuan mengenai kenyataan yang dihadapi dalam kehidupan manusia.

Proses interaksi yang terjalin dalam komunitas Shift Pemuda Hijrah berlangsung melalui simbol-simbol tertentu. Penggunaan simbol-simbol religi yang mengarah pada upaya penguatan nilai-nilai keislaman tampak dominan dalam setiap kegiatan komunitas Shift. Hal ini peneliti temukan dalam kajian rutinan yang diselenggarakan di masjid dan video-video dakwah yang diposting dalam media dakwah Shift Pemuda Hijrah. Komunitas Shift Pemuda Hijrah tidak hanya menggunakan medium tatap muka sebagai ruang komunikasi dan interaksi anggota, tetapi juga memanfaatkan media internet sebagai *public domain* yang digunakan sebagai sarana dalam menyebarkan risalah Islam. Wacana sosial keagamaan menyertakan format-format teknologis dalam menguasai medium layar (Rustandi, 2018: 208).

Interaksi hijrah terjadi karena adanya upaya dalam merekonstruksi makna bahasa dalam berinteraksi agar tidak banyak perkataan yang tidak bermanfaat. Upaya perubahan diri menjadi motif dan makna terkuat yang berlangsung secara interaksional bagi sebagian besar anggota Shift Pemuda Hijrah. Perubahan diri ini tidak hanya berlangsung secara intrapersonal bagi dirinya saja, tetapi juga ada upaya untuk mengajak lingkungan keluarga dan pertemanan melalui unggahan di media sosial dan ajakan langsung. Sehingga, dakwah sebagai citra diri yang melekat dalam diri setiap anggota Shift Pemuda Hijrah diaktualisasikan melalui kegiatan ajakan, seruan, *amar maruf nahi munkar* bagi lingkungan terdekatnya.

Sementara itu, secara simbolik, pemaknaan hijrah dan dakwah bagi anggota komunitas Shift Pemuda Hijrah tidak berpengaruh terhadap penampilan (*persona*) dirinya, terutama dalam urusan *fesyen*. Tidak ada tuntutan untuk merubah penampilan fisik dan fesyen, mereka tetap berpenampilan sama karena berhijrah tidak harus terlihat dari penampilan fisik.

Terkait dengan media baru (internet), interaksi keagamaan atau yang terkait dengan isu-isu keagamaan pun tampak menjadi salah satu domain yang tidak terlepas dari hiperrealitas bahasa media sosial. Bahasa agama merupakan bahasa Alquran atau hadis yang diterjemahkan ke dalam hubungan interaksi antara sesama (Nasrullah & Rustandi, 2016: 117). Pemanfaatan ruang-ruang virtual dalam proses hijrah dan gerakan dakwah Shift Pemuda Hijrah Kota Bandung menjadi signifikan mengingat implikasi yang dirasakan tidak hanya berlaku bagi komunitasnya saja. Trend gerakan hijrah dan dakwah ini berpengaruh secara luas dengan daya jangkau yang tidak terbatas. Faktanya, banyak *followers* media dakwah virtual Shift Pemuda Hijrah yang termotivasi untuk melakukan interaksi dan gerakan yang sama dalam lokalitas masing-masing. Orientasi dan transformasi ini berlangsung secara massif dan progresif dengan cara-cara inovatif dan kreatif yang disebarluaskan melalui media internet. Di era globalisasi, kemunculan internet sebagai media baru memberikan peluang yang terbuka dalam proses transformasi dakwah Islam. Internet dipandang sebagai media massa yang mampu menyampaikan pesan dakwah dalam cakupan yang luas dan ruang yang tidak terbatas. Penggunaan internet sebagai media baru disertai dengan kreatifitas dan inovasi para da'i dalam memanfaatkan ruang-ruang digital untuk keberlangsungan dakwah (Rustandi, 2019: 85).

PENUTUP

Motif hijrah terjadi karena, *pertama* dorongan dari peristiwa di masa lalu (dorongan dari peristiwa di masa lalu, membuat seseorang mencari cara agar keluar dari keadaan yang telah mereka alami sebelumnya dan salah satu caranya adalah melalui hijrah). *Kedua*, dorongan dari teman (Karena sifat yang persuasif, ajakan teman dapat menjadi dorongan seseorang melakukan hijrah, ditambah karena meyakini bahwa teman tersebut lebih mengerti agama dibanding dirinya yang belum berhijrah).

Ketiga, dorongan mempengaruhi orang lain (Karena dirinya telah merasakan pengalaman berhijrah, membuat seseorang bertindak untuk mempengaruhi orang lain agar dapat merasakan pengalaman yang sama dengan dirinya. Disamping itu orang – orang yang berhijrah meyakini bahwa apa yang mereka lakukan di dunia akan dipertanggung jawabkan di akhirat nanti). *Keempat*, dorongan untuk masa depan (Sesuatu yang baik, harus diawali dengan niat dan tindakan yang baik, contohnya berhijrah). Dorongan ini selaras pula teori *Orientation Phase* (Rakhmat, 2002) bahwa seseorang yang baru sebuah kelompok,

maka anggota kelompok akan mencari konfirmasi dan melakukan orientasi akan keberadaan kelompok tersebut.

Makna hijrah terjadi karena a) Berusaha memperbaiki diri; b) Berusaha membuat hidup lebih berhati-hati; dan c) Berusaha membuat pemikiran baru mengenai agama dan membuat kesenangan karena merasakan jatuh cinta dengan agama Islam. Situasi ini selaras dengan fase *Evaluation Phase* (Rakhmat, 2002), bahwa terjadi semacam pengekspresian opini dan perasaan dari anggota kelompok tentang berbagai isu yang berkembang.

Interaksi hijrah terjadi karena, a) merekonstruksi makna bahasa dalam berinteraksi agar tidak banyak perkataan yang tidak bermanfaat; b) mengajak dalam lingkungan keluarga dan pertemanan melalui unggahan di media sosial dan ajakan langsung; dan c) tetap berpenampilan sama karena berhijrah tidak harus terlihat dari penampilan fisik. Hal ini sejalan dengan tahapan *Control Phase* (Bales dalam Rakhmat: 2002), yakni anggota kelompok saling membuat *statement*/pernyataan dan mencari serta memberi petunjuk pada sesama anggota, sehingga mulai tampak solidaritas kelompok dan minat mereka dalam kelompok.

Penelitian ini merekomendasikan untuk peneliti berikutnya agar mengupas fenomena ini dengan pendekatan komunikasi massa dengan metodologi kuantitatif, sehingga akan lebih terlihat efektivitas media baru yang digunakan Shift Pemuda Hijrah dengan media konvensional. Sementara itu, bagi Shift Pemuda Hijrah, sebaiknya memperkuat interaksi dengan unsur pemerintah daerah agar gerakan yang dilakukan bisa lebih meluas dengan menggunakan kewenangan, sumber dana, dan koneksi yang dimiliki pemerintah daerah, sehingga gerakan dakwah bersifat sistemik dan tidak sekedar tren di kalangan anak muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (1999) *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta
- Addini, A. (2019). Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim Sebagai Mode Sosial, *Journal of Islamic Civilization*, 1(2), 109-118.
- Affandi, N. R. D., & Octavianti, M. (2019). Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(2), 173-184.
- Al-Qur'anul Karim.
- Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) (2017). Data Penetrasi Perilaku Internet di Indonesia. www.apjii.or.id
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung (2018), Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama, diakses 4 Januari 2019. www.bandungkota.bpd.go.id
- Dilawati, R., Darmawan, D., Hernawan, W., Waluyoati, R. R. S. R., & Darmalaksana, W. (2020). Analisis Keberagaman Pemuda Hijrah Komunitas Shift Perspektif Emik-Etik, *Jurnal Perspektif*, 4(1), 54-65.

- Farabuana, P., & Nurrahmi, F. (2019). Motivasi dan Perilaku Hijrah Followers Akun Instagram Pemuda Hijrah pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 4(3), 1-16.
- Fatoni, U., & Rais, A. N. (2018). Pengelolaan Kesan Da'i dalam Kegiatan Dakwah Pemuda Hijrah, *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(2), 211-222.
- Haq, Muhamad Nurul. 2011. Koran Matahari di Bandung (1918-1924). Skripsi. Jatinangor: Unpad Fakultas Sastra
- Iqbal, A. M. (2013). Agama dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet oleh Gerakan Salafisme di Indonesia, *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(2), 77-87.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2019). www.kbbi.web.id
- Kuswarno, E. (2013) *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran
- Mas'udi. (2013). Peranan Media dalam Membentuk Sosio-Kultur Dan Agama Masyarakat (Menggagas Prinsip-prinsip Etis dalam Jurnalistik), *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 211-231.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Bogor: Prenadamudia Grup.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada
- Nasrullah, R., & Rustandi, D. (2016). Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 10(1), 113-128.
- Sari, A. N. (2018). Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah (Studi Fenomenologi Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah dalam Shift Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung).
- Rakhmat, J. (2002). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Romli, A. S. (2014). *Jurnalistik Daring: Panduan Praktis Mengelola Media Daring*. Bandung: Remaja Rosda Karya. Depok: Rajawali Press.
- Rustandi, R. (2018). Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Da'i dalam Program Televisi, *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 197-222.
- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam, *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84-95.
- Sobur, A. (2013). *Filsafat Komunikasi Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Wahyuni, D. (2017). Agama Sebagai Media dan Media Sebagai Agama, *JIA (Jurnal Ilmu Agama)*, 18(2), 83-91.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Yusria, K., Komariah, K., & Kadarisman, A. (2018). Transformasi Identitas Anggota Gerakan Pemuda Hijrah (Studi Fenomenologi tentang Perubahan Pola Komunikasi dan Citra Diri Anggota Gerakan Pemuda Hijrah), *Jurnal Riset Komunikasi*, 9(1), 34-52.